新媒体时代广播电台新闻编辑策划创新分析

摘　要：在互联网不断迅猛发展的今天，各种新媒体层出不穷，人们可以通过多种多样的方式来获取信息。新媒体的出现对传统媒体行业产生了巨大的冲击，然而机遇与挑战并存，因此，要想面对如此巨大的挑战，这就要求广播电台新闻编辑不断创新，提升传统媒体的核心竞争力，同时满足人们对信息更大的获取。只有这样才能使传统媒体行业更好地适应新媒体时代的大环境。

关键词：新媒体时代；广播电台；新闻编辑；创新
中图分类号：G222　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）04-088-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.04.033

文 / 王虹艳

引言

新媒体的崛起对广播电台传统媒体行业造成了巨大的冲击。要想在这种冲击中生存并继续发展就必须创新。而内容是新闻的核心竞争力，这就需要新闻编辑策划的创新，使观众重新产生对传统媒体行业的兴趣，并发现其不容忽视的优势和特色。任何节目要想受到观众的喜爱和追捧就必须在编辑策划中创新。新闻编辑对未来广播电台的发展起着重要的作用，新闻编辑策划的创新则在这场角逐中起到至关重要的作用。

1. 新媒体时代下广播电台新闻编辑策划创新的方向

新闻内容的编排以及节目进行播放的战略性部署是广播电台的新闻编辑策划最主要的工作，其主要目的就是为了让广大听众能接受播放内容，并且这些内容还能满足听众的信息需求。但是，随着新媒体的崛起，人们获取信息的途径增多，人们关注的目光逐渐转移到网络等媒体渠道上，所以，对广播电台新闻的关注就逐渐减少了。因此，广播电台必须对新闻编辑策划进行创新，这样才能紧跟时代的脚步，以此来编排出更符合当前听众的需求。使新闻内容更加简洁生动，让听众更容易理解和接受。在传播上，广播电台新闻的传播方式有较大的局限性，在进行创新时，需要对新闻内容进行编排上的创新，其次需要仔细研究媒体市场规律，获取人们需要的信息需求，然后再对这些内容进行更加完善的编排和创新。当然，除了创新原则以外，广播电台还必须以听众的实际需求为核心制作出他们所需的各种新闻内容，这样才能将新闻的广泛性提高，满足不同听众的不同需求。只有遵循这些创新方向，才能有效地将新闻编辑策划进行优化改革，进而提高广播电台的综合竞争能力。

2. 新媒体时代下广播电台新闻编辑策划创新的具体方案

2.1 提高创新意识

现阶段的传统传媒行业普遍创新意识比较薄弱。传统媒体行业要想顺应新媒体时代的发展，必须加强创新意识，才能不被滚滚而来的新媒体行业所取代。广播电台新闻媒体是传统媒体行业的重要组成部分，虽然在新媒体时代已经不属于主流媒体，但它经历长久的发展，奠定了在媒体行业具有一席重要之地，也形成了自己独有的一套新闻编辑策划体系。随着时代的不断发展，这种模式已经不利于广播电台新闻的发展，固定模式制约了新闻编辑策划体系的创新和发展。在这种传统的新闻编辑体系的影响下，工作人员已经形成了一种固化的思维，创新和改革热情已经消磨殆尽，没有了创新的热情，产生了一种惰性思维，逐渐仅存的最后一丝创新意识也荡然无存。这情况最终会营造出一种传统传媒行业安于现状、墨守成规、不乐于对新闻编辑策划进行创新的大环境，自然而然传统传媒行业也只有走下坡路逐渐被取代的趋势。另一方面，新闻的选取内容没有得到深入的了解和挖掘，没有爆料也没有独家新闻，很难引起大众的兴趣。因此，不仅要创新广播电台新闻的编辑策划，也要对其内容进行创新，从而带动整个行业拥有新气象，新生命，新活力。

2.2 加强与听众之间的良性互动

随着新媒体行业的崛起，以及人民物质文化生活质量的不断提升，人们对精神生活的服务质量要求越来越高，观众对信息获取的质量要求也越来越高。不同的听众会有不尽相同的要求，这就要求新闻编辑加强与听众之间的联系，多听，多看，多感受。节目编辑策划是以观众的想法和要求为中心，通过获取广大听众的真实想法和需求来制作符合广大听众胃口的节目。只有这样，

才会有更多的关注度，才能落实创新真正的核心基础。除此之外，现在比较多的广播电台的新闻节目都是单向传播的，由主持人讲述，听众收听节目内容，节目形式单调缺乏趣味性，很难调动广大听众的积极性。增强与听众的互动，新闻节目中多插播一些趣味小节目，例如，新闻问答环节、有关新闻看法的互动等来调动听众的积极性，提升听众的参与程度。随着我国通信技术的不断提升，信息的交流工具越来越多样性，书信、电话等已经不能满足现代人通信的需要。基本上，每一个观众都拥有一个微信号、微博号，电台可以通过这些新时代的通信工具来获取听众的反馈，与听众之间进行交流互动。例如，广播电台可以建立自己的一个微信公众号，将每天要播报的新闻发往微信公众平台上，使听众可以预先了解即将播出的新闻。观众也可以在公众号上面留言，表述自己的看法、困惑、不解等。也可以让听众在公众号上发表自己身边的新闻或是已经了解的新闻，这样就增强了电台与听众之间的联系，也确保了新闻获取渠道的广泛性，以及新闻种类的多样性，使新闻更贴近生活，更贴近日常的老百姓。

2.3 提升广播内容的广泛性，加强与新媒体的合作

当代人在现今生活中，无论是在上班的路上，还是上学的路上，亦或是锻炼身体的过程中都可能会接触到广播。不仅如此，听广播的人年龄分散在各个阶段，有老人、有上班族、有学生，因此，要想吸引不同年龄阶段和不同身份背景的听众就需要增强新闻内容的丰富性、趣味和耐听性。因此要增强新闻内容的广泛性和丰富性就不能忽略新媒体的优势。传统媒体行业与新媒体合作，可获取更多的新闻内容，也可以借鉴到更多新形式的新闻编辑策划。利用多种信息渠道收集信息，收集多元化的编辑策划方案，吸引更多的听众。不仅如此，还应注意新闻内容的层次性，满足各个年龄阶段对新闻内容的需求。随着科学技术的不断进步，新媒体的不断崛起，人们从通过传统媒体获取信息转变到从互联网新媒体上获取信息，而且获取的内容更丰富，更有趣味性，更有选择性。因此，广播电台的传统新闻媒体与新媒体合作能从更多的渠道获取更大量的，丰富的新闻资源，使用户获取新闻信息更及时便捷。广播电台可以与新媒体合作共同推出一个 APP，保证广播电台上的新闻与 APP 上的新闻内容相同，推送时间一致，并保证信息的真实性以及可靠性。用户也可以在 APP 上表述自己对新闻的看法，以及对电台的意见。广播电台可以更加便捷、迅速地得到用户的反馈，这对进一步加强广播媒体的发展大有裨益。

2.4 了解自身定位，实行精准策划

新媒体的发展和时间碎片化，使生活在都市中的上班族很难静下心来听一个广播节目。每天忙忙碌碌的生活，工作一天，闲暇时间一般在夜晚甚至午夜。所以，他们能静下心来收听的节目一般多为午夜情感类节目。年轻人大多听此类节目使情感得到释放，有时甚至想得到一种倾诉。年轻人对于新媒体自然并不陌生，此类情感类节目可以利用新媒体，例如，微博、微信公众平台等使年轻人讲出自己的故事，甚至可以增加接听电话类的情感节目，使年轻人得以释放压力。在其他时间段，听众更多的集中在开车族和老年朋友之中，针对这种状况，新闻编辑策划要求我们了解哪一类节目是他们所青睐的，他们对什么话题更加感兴趣。不同于新媒体铺天盖地的、没有选择的灌输新闻信息，我们更加具有针对性的精准策划新闻内容，例如，汽车养护、养生节目等。并尝试与新媒体融合的方式与听众互动，增加节目的趣味性，互动性，实现广播电台真正意义上的突破自我和创新。只有这样了解了节目的定位，才能实行更加精准的节目策划，从而真正实现实际意义上的创新。

结语

新闻编辑策划的创新是广播电台未来发展的基础。逐渐提高员工文化素质，提高员工的创新意识，创造出一个创新氛围浓厚的环境，只有这样，才会使创新这件事成为广播电台新闻编辑策划的寻常之事。与此同时，在新媒体的巨大冲击下广播要树立起足够的信心，节目要遵循听众的需求而逐步提升和匹配。还应看到新媒体的优势，加大与新媒体的合作，利用新媒体的优势，拓宽新闻传播和获取的途径，使自己得到更大的发展。相信在广大广播电台媒体人的共同探索努力下，新闻编辑策划创新可以得到完善的实施策略以及创新方案。媒

参考文献

[1] 赵云娥．新媒体时代广播电台新闻编辑应具备的能力 [J]. 新媒体研究，2015（19）.

[2] 郝兰兰．广播电台新闻编辑策划的创新与取向 [J]. 新闻传播，2015（14）.

[3] 张欣．广播电台新闻编辑策划创新谈 [J]. 新闻窗，2015（03）.

（作者单位：浙江人民广播电台交通之声）